

日常生活満足度がソーシャルネットワーキングサービス における自己開示に及ぼす影響

吉原 未優

(有馬ゼミ)

序 論

はじめに

2000年代から、SNS (Social Networking Service) が10～20代を中心に急速に普及している。過去には青年の不適應行動の原因と見なされてきたインターネットも、現在は青年の主要なコミュニケーション媒体と言えるだろう。しかし、SNS上に不用意に自己のネガティブな情報を流出させた結果、社会問題となるケースも見られる。彼らはなぜそのような自己開示をしてしまうのだろうか。本研究では、大学生の日常生活と対人関係における適応度が、SNSにおける自己開示のあり方に影響を及ぼすのではないかと考え、探索的な検討を行う。

SNSとは

SNSとは、人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型のWebサービスを総称するソーシャル・ネットワーキング・サービスの略称である。友人・知人間のコミュニケーションを円滑にする手段や場を提供したり、趣味、居住地域、出身校、あるいは「友人の友人」といったつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供する、会員制のサービスであり、現代人にとっては電話やメールに代わる主要なコミュニケーションツールとなりつつある。

代表的なSNSとして、LINE、twitter、Facebookなどがある。日本国内におけるSNS利用者は年々増加しており、平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査によるとSNSの利用率は全年代では62.3%である。20代に注目してみると、24年度が81.8%、25年度が90.1%、26年度は95.0%と高水準で推移している。20代の95%がSNSを利用していることから、SNSを利用している人は実生活の延長として利用していると言えるだろう。10～30代は、メール使用者の下落傾向、

SNS使用者の上昇傾向が続き、コミュニケーション手段の移行が進展している。また、男女別では女性のSNSの使用者率が高く、20代女性の使用者率は男性の1.5倍となっている。(総務省、情報通信白書 2015)。

多くのSNSでは、実際の利用にあたって自己情報をどこまで公開するかが選択可能であり、匿名性のある程度コントロールできる仕組みとなっている。日記などの記事も、見ず知らずの人にまで公開するのか、友人にまでしか公開しないのかなどを選択することができる。

SNSの利用目的とインターネット依存

人々はなぜSNSを利用しているのだろうか。総務省の平成23年度版情報通信白書によると、SNSの利用目的の上位3項目は、「自分の興味・関心のある情報を伝えたいから (37.2%)」「自分の興味・関心のある情報を知りたいから (30.8%)」「自分の近況を伝えたいから (30.6%)」となっていて、自己開示が大きな利用目的であることがわかる。しかし最近では、長時間の利用に伴う精神的・身体的疲労のほか、自身の発言に対する反応を過剰に気にしたり、知人の発言に返答することに義務感を感じる、あるいは、不特定多数の利用者からの否定的な発言や暴言に気を病んだりすることを指す「SNS疲れ」、あるいは、友人・知人とコミュニケーションを取っているうちにSNS上の交流が心のよりどころとなり、止めたくても止められない・片時も離れていられない、といった心理的状況に陥る「SNS依存症」などのマイナス要素が問題視されている。

自己開示とは

本研究では、SNSの主要目的とされる自己開示が、日常生活における適応度とどのように関わっているのかを検討することが目的である。次に、

自己開示の定義と、自己開示と自己呈示の違いについて述べる。

『社会心理学小辞典』（有斐閣 1994）によれば、自己開示とは「他者に対して、言語を介して伝達される自分自身に関する情報、およびその伝達行為をいう。狭義には、聞き手に対して何ら意図をもたず、誠実に自分自身に関する情報を伝えること、およびその内容をさす。」と定義されている。さらに、深田（1999）によれば「特定の他者に対して、自己に関する本当の情報を言語的に伝達する行動」とされている。すなわち、自己呈示の場合には、本当の自分とは異なる嘘の情報を伝えることも含まれるので、本当の自分を伝えるという部分が異なる。また、自己呈示は身振り・手振りをはじめとする非言語的手段によるものも含まれるのに対して、自己開示は基本的には言語コミュニケーションによるものとなる。

自己開示の機能 安藤（1986）は自己開示の機能として①感情浄化機能②自己明確化機能③社会的妥当化機能④二者関係の発展機能⑤社会的コントロール機能⑥親密感の調整機能の6項目をあげているが、深田（1998）はこれをさらに個人的機能と対人的機能に分類して説明している。個人的機能とは、①悩みや葛藤などの不安を打ち明けることで心が軽くなる「感情浄化機能」、②ある問題について自分の態度や意見を言語化することでより自分の意見を明確にできる「自己明確化機能」、③他者の意見と比較することで自分の意見が正しいかどうか判断する「社会的妥当化機能」の3つである。対人的機能とは④自己開示は受け手に対する好意や信頼を表し、相手もお返しに自己開示をするため関係が親密になっていく「二者関係の発展機能」、⑤だれにでも自己開示するのではなくあなたただから開示している、と開示相手に好ましい印象を与える「社会的コントロール機能」、⑥対人距離やアイコンタクトを組み合わせて使うことで他者との快適な人間関係を保つ「親密感の調整機能」となる。

自己開示の機能と SNS の関係

古川（2008）はインターネットのメディア特性が自己開示の機能にどのように影響するかを検討している。その議論によれば、①の「感情浄化」は SNS の種類によって異なる。不特定多数に向き

合う SNS であれば、現実世界での自分は保護されたまま自己開示することが可能なため、比較的自己開示しやすいと推測される。一方で、匿名性の低いメールのような個人間でのやりとりが行われる SNS であれば、対面や電話などでの自己開示と同様とされる。②の「自己明確化」はインターネットにおけるコミュニケーション手段がいずれも文字に大きく依存していることから現実社会と同等の機能が働くと考えられる。③の「社会的妥当化」は「感情浄化」と同じく、現実社会において開示相手を特定できるかどうかによって差が生じる。SNS 上でのみの知り合いの場合、現実の自分は確保したまま被開示者からの評価を確認することができる。そのため、現実の知り合いに対しては開示しにくいような極端な意見や感情であっても、他者からのフィードバックを確かめることができる可能性がある。④の「二者関係の発展機能」は返報性が作用する限り、SNS における自己開示であっても同様の機能を期待できる。しかしネット上でのみの知り合いの場合、相手から開示された自己情報が本当かどうか確かめることが困難なため、自己の情報を容易に開示し返すことは危険性を伴う。⑤の「社会的コントロール」も相手を特定できるかによってやはり異なってくる。現実には相手を特定できない状況では、誰に対しても「あなただけに開示している」と言うことができるため説得力に欠ける行為となる。⑥の「親密感の調整機能」は対面でも知り合いならば現実での親密度と調整がつけられるが、ネットだけの知り合いである場合は他での接触機会がほとんどないため、開示内容のみによってバランスが調整されることになる。

以上のように、SNS を使用する場合はその媒体の匿名性によって状況は異なる。実社会で面識があり特定される場合には対面で話すときと同じ開示行動を行うだろう。しかし匿名性が高い媒体の場合には、個人的機能では現実の自分を保護するため自己開示をしやすくなる促進的な面とともに、対人的機能では返報性が悪影響を及ぼす抑制的側面もあると推測される

適応と自己開示

インターネット依存にかかわる議論としては、

日常生活満足度がソーシャルネットワークサービスにおける自己開示に及ぼす影響

インターネットに依存しすぎるから適応性が低くなるという因果関係が前提となってきた。しかし、現代の SNS には上述のように、対面コミュニケーションにおける自己開示を補う機能がある。すなわち、インターネットに依存するから適応性が低くなるという因果関係ではなく、対面コミュニケーションにおける自己開示不足という適応上の問題点があるから、インターネットにおいて補償しようとする逆の因果関係も考えられるのである。

たとえば、総務省の情報通信白書で「自分の興味・関心のある情報を伝えたいから」と答えた人は、対面でのコミュニケーションがうまくとれていないため補助的な役目として SNS を利用していたとされる（総務省、情報通信白書 2015）。

一方で、坂本（2010）は実生活で自己開示をしている者はネット上でも同じく積極的に行うものと示唆している。坂本（2010）の大学生を対象とした mixi を代表とする SNS とブログに関する調査結果によれば、SNS の日記機能やブログといったインターネット上での自己開示は、実生活の補足として行われるのではなく、実生活の延長として行われていることが示唆されている。

坂本らが調査を行った 2009 年当時はブログや mixi など日記や記事投稿が SNS の中心であったが、さらに近年は、Twitter、LINE などの短文メッセージ、あるいは画像投稿を中心とする Instagram などの利用率が高まっている。総務省調査の結果との食い違いは、このような新しい形式のツールによるものかもしれない。

すなわち、SNS が深い内面の開示から気軽な会話ツールへと変化した結果、対面で良好な関係を持っているがなかなか会えない人に自分のことを伝える、といった対面の延長として利用している可能性もあるだろう。

本研究の目的は、SNS を利用している人は、

1. 対面とは異なる特徴を持ったネットで行われる自己開示は、どのような内容・目的なのか、そして、それらは SNS の種類によって違いがあるのか、
2. 対面コミュニケーションの補償として SNS を利用しているのか、あるいは、対面コミュニケーションが SNS 利用を促進させているのか、前者であった場合、SNS 利用が不適応の原因となっているのか、逆に、不適応が原因として SNS 利用が長

くなるのか、を調べることである。1. については、記述統計値から検討する。2. については、日常生活満足度と SNS 自己開示の関係から分析する。適応度が高いほど SNS が利用しているのであれば、SNS は対面コミュニケーションの延長として用いられていることになるだろう。逆に、適応度が低いほど SNS を利用しているのであれば、SNS は対面コミュニケーションの補償として利用していることが推察される。

Twitter と Line の違い

本研究では、SNS の種類による違いとして、現在利用率の高い LINE と Twitter を中心に検討する。LINE は、友達とやり取りするテキストメッセージが中心となっていてメールに取って代わるものである。ハンドルネームでも実名でも登録できるが、やりとりするのは現実世界でも知り合いの人に限られる場合が多く、匿名性の低い閉鎖的ネットワークであるといえる。一方、Twitter は 140 文字以内の短い投稿（ツイート）を入力して、みんなで共有するサービスである。ツイート（つぶやいた記事）は Web 上に公開されているので、その人が自分のツイートを非公開に設定していなければ、Twitter ユーザーでなくても、読むことが出来る。LINE とは異なり、匿名性の比較的高い開放的ネットワークといえる。このようなネットワークの違いが自己開示にどのような違いをもたらすのかを検討する。

予測としては、LINE のような閉鎖ネットワーク使用者は SNS の利用時間が長いほど、他者からのサポートを得られるような自己開示を行い、結果として適応度は高くなるだろう。一方で、Twitter のような開放ネットワーク利用者はサポートを得られるような自己開示は行わず、SNS の利用時間が長いほど適応度が低くなると予測される。

性別による違い

また、自己開示については性差があることが過去の研究で確かめられてきたため、性差についても分析を行う。対面の自己開示研究は、一貫して男子よりも女子のほうが上回っていることが示されている。たとえば榎本（1987）は大学生の自己開示性とその性差について調査を行い、対面での自

己開示度は女性が男性を上回ることを示している。その一方ネット上では、野口(2011)の研究によれば、男性も女性と同じくらい自己開示しているとされている。しかし坂本(2010)の研究ではSNSの日記機能やブログでの自己開示度は女子のほうが男子よりも高いとしている。このように、ネット上の自己開示の性差については一貫した結果が得られていない。本研究では性差については仮説を設けずに分析することとした。

方 法

調査対象者 大学生 69 名、(男性 41 名、女性 28 名、平均年齢 20.2 歳) が本実験に参加した。質問紙は、集団への一斉配布により回答をお願いした。質問紙タイトルは「日常生活の満足度と自己開示について」とした。無記名質問紙ですべての項目について回答を求めた。

質問項目

1. SNS 利用状況

SNS を利用しているかについて回答を求めた後、最も利用しているものから 3 位まで、使用している SNS サービスの選択を求めた。

次に 1 番よく利用していると選択された SNS について以下の 4 項目の質問を行った。

1. どのくらいの頻度で利用しているのか (1 週間のうち・1 日のうち)
2. どのような手段で利用しているのか(ガラケー・スマホ・パソコン)
3. どのくらい自分の正しい情報を公開しているのか (名前・性別・現在の学校名・年齢・出身校・自分の顔が写っている写真)
4. その記事は誰が閲覧することができるのか (自分のみ・友達・友達の友達・すべての人)

2. 日常生活満足度

青年適応尺度 (大久保 2005) からリラックスできる、幸せである、など 7 項目、学生用ソーシャルサポート尺度 (久田・千田・箕口 1989) から落ち込んでいると元気づけてくれる人がいる、など 3 項目を、本学学生の生活に適した項目として選定し、本研究における結果変数とした。

3. 自己開示尺度

SNS における自己開示尺度は、オリジナル項目を 12 項目作成した。それぞれ、どういった出来事を SNS 上に書き込むかを問うものである。この 12 項目は、自分自身が SNS を利用してよく目にする書き込みを挙げたものである。12 項目は Q1.Q2.Q3 はポジティブな出来事、Q4.Q5.Q6 がネガティブな出来事、Q7.Q8.Q9 が人間関係に対すること、その他の Q10.Q11.Q12 の 4 つの内容に分かれている。巻末の添付資料に項目を示す。

4. SNS 利用目的

インターネット行動尺度 (藤・吉田 2009) から 12 項目と、ネット自己開示動機尺度 (野口 2011) から 9 項目、新たに作成した 1 項目により測定する。インターネット行動尺度からは SNS を補助的な役目として使用しているのか、実生活の延長として使用しているのかの判断材料として「自己の表出」側面から 3 項目、「他者との関係」側面から 7 項目選定した。ネット自己開示動機行動尺度からは、「感情浄化機能」および「社会的妥当化機能」と関係があると考えられる項目を、各因子から上位 3 項目ずつ選定した。以上の 21 項目だけでは、自分が今どこにいて何をしているのかなど自己の情報を発信して共有したいと考えている人が、どの項目にもあてはまらないと考えたため、新たに 1 項目付け加えた。

結 果

1. SNS の利用状況

全回答者のうち SNS 利用者は、68 名 (98.6%) であった。最も使っている SNS は「LINE」が 40 名 (58%) と一番多く、次いで「Twitter」が 26 名 (37.7%)、「Google +」「カカオトーク」が 1 名ずつ (2.8%) となった。(結果を図 1 に示す。)

どのくらいの頻度で SNS を利用しているかについては、1 週間のうち「毎日」が 88.2%、「5～6 日」が 5.9% と回答し、1 日のうちでは「2 時間以上」が 51.5%、「1 時間～2 時間未満」が 13.2%、「30 分～1 時間未満」が 13.5%、「30 分未満」が 22.1% となった。結果を図 2 に示す。どのような手段で利用してい

日常生活満足度がソーシャルネットワーキングサービスにおける自己開示に及ぼす影響

るのかについては、スマホが65人(95.6%)、パソコンが2人(2.9%)、ガラケーが1人(1.5%)であった。SNS利用時間については、回帰分析では短い方が低い数値となる5段階の数値をそのままデータ分析に用いる他、分散分析においては一日のSNS利用時間が2時間未満(33名)と2時間以上(36名)の2群に分けて分析した。利用時間と性別の間には、有意な比率の差は見られなかった。

以上の結果から、本学学生は主にスマートフォンを使用し、毎日2時間以上SNSを使用している実態が示された。もっともよく使うサービスはLINEとTwitterであった。本研究ではSNSとしてLINEをもっとも頻繁に使っている群とTwitterをもっとも頻繁に使っている群の比較を行う。この要因を、LINE/Twitterと表記する。LINE/Twitter使用比率に性差は見られなかった。よって、性別とLINE/Twitterは互いに独立な要因と考える。

2. 投稿記事の公開状況

SNS媒体による公開状況の違い

自分の情報をどこまで公開しているのかについては、名前を公開している比率は50.7%、性別は63.8%、学校名は24.6%、年齢は40.65%、出身校は14.5%、自分の写真は36.2%であった。いずれも有意な性差は見られなかった。LINE/Twitterにより、名前の公開について有意な差が見いだされた($\chi^2=17.9, df=1, p<.001$)。LINEの方がTwitterよりも名前を公開している比率が高い。

自分が書いた記事の閲覧範囲は、自分のみが14%、友人までが50.7%、友人の友人までが5.8%、誰でもが40.6%であった。閲覧範囲については、「友人まで」と「誰でも」とする選択が多いため、分散分析や χ^2 二乗分析をする際には、「友人まで」の群と、「誰でも」の2群に分割した。この閲覧範囲に対して性差およびLINE/Twitterの比率の差を調べたところ、性差($\chi^2=8.19, df=1, p=.004$)とLINE/Twitter($\chi^2=9.93, df=1, p=.002$)のいずれにも有意な比率の差が見いだされた。女性よりも男性の方が、誰にでも閲覧させている比率が高く、LINEよりもTwitterの方が、誰にでも閲覧させている比率が高い。

LINEもTwitterも、短いテキスト交換を行うサービスであることについては似たSNSであるが、LINEが閉鎖的ネットワークとして使われるのに比べて、Twitterは開放的ネットワークとして使われていることが示されている。

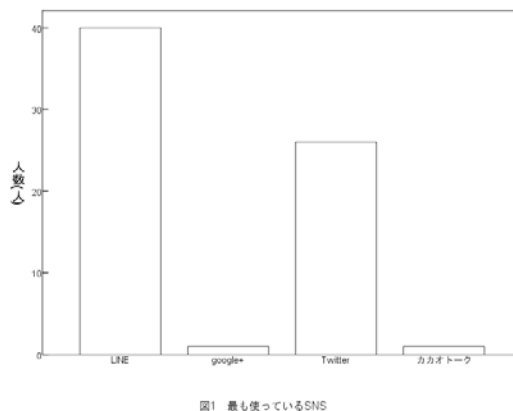


図1 SNS利用状況

3. 各尺度の因子分析

3-1 日常満足度

日常満足度尺度として設定した12項目に対して、最尤法とプロマックス回転による因子分析を行ったところ、2因子が抽出された。それぞれの説明率は45.56%、10.2%である。第1因子は「1.周りの人と楽しい時間を共有している」「2.自由に話せる雰囲気である」「3.ありのままの自分を出している」「4.リラックスできる」「5.熱中できるものがある」「7.自分が場違いだと感じる」の6項目であった。これらの項目の合計点を適応得点とする。

第2因子は「6.幸せである」「8.落ち込んでいると元気づけてくれる人がいる」「9.あなたがする話にはいつも興味を持って耳を傾けてくれる人がいる」の4項目であった。構造行列を表1に示す。第1因子について.40以上の負荷を持つ項目の合計得点を適応得点、第2因子に.40以上の負荷を持つ項目の合計得点をサポート得点とする。この後、日常満足度として、適応得点とサポート得点の2つの要因を用いて分析する。適応得点は、日常生活において適応していると感じているか、サポート得点は日常生活において他者からサポートを得られているかを示す指標となる。

表1 日常満足度項目構造行列

	因子	
	1	2
Q1.1	.658	.616
Q1.2	.620	.422
Q1.3	.903	.623
Q1.4	.732	.488
Q1.5	.442	.335
Q1.6	.500	.504
Q1.7	-.428	-.328
Q1.8	.570	.855
Q1.9	.506	.627
Q1.10	.520	.781
Q3.6.11	.171	.505
Q3.6.12	.684	.408

因子抽出法：最尤法

回転法：Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

3-2 自己開示尺度

SNS 上の自己開示尺度として設定された 1 2 項目に対して、因子分析を行った結果、3 因子が析出された。構造行列を表 2 に示す。第 1 因子（寄与率 40.45%）は「1. 楽しかったことや嬉しかった出来事」「2. 面白かった出来事」「3. 誇りに思える出来事」「5. 恥ずかしかった出来事」「9. 先輩や後輩に対する感情」「10. 最近興味を持っている出来事」「12. 今日の出来事」の 7 項目であった。この因子に .40 以上負荷する項目の合計得点名を「ポジティブ自己開示」とした。

第 2 因子（寄与率 12.25%）は「4. 腹の立つような出来事」「6. ゆううつな気分にする出来事」「11. 友達には言えないような事」の 3 項目であった。この因子に .40 以上負荷する項目の合計得点を「ネガティブ自己開示」とした。

第 3 因子（寄与率 10.44%）は「7. 付き合っている相手に対する感情や出来事」「8. 片思いの相手に対する感情や出来事」の 2 項目であった。この因子に .40 以上負荷する項目の合計得点を「恋愛感情自己開示」とした。

表2 自己開示項目構造行列

	因子		
	1	2	3
Q3.6.1	.951	.316	.276
Q3.6.2	.863	.393	.292
Q3.6.3	.549	.361	.419
Q3.6.4	.522	.663	.113
Q3.6.5	.592	.490	.366
Q3.6.6	.370	.740	.169
Q3.6.7	.319	.212	.997
Q3.6.8	.347	.485	.500
Q3.6.9	.416	.268	.330
Q3.6.10	.733	.501	.175
Q3.6.11	.171	.505	.182
Q3.6.12	.684	.408	.259

因子抽出法：最尤法

回転法：Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

3-3 SNS 利用目的

SNS 利用目的を調べるために設定された 2 2 項目に対して因子分析を行った結果、4 因子が析出された。（表 3）第 1 因子（寄与率 42.01%）は「2. 自分の感情について素直に言葉にすることができるから」「3. 普段は表に出せないような自分の考えを出すことができるから」「13. 自分の情報を発信したいから」「14. 自分が思ったこと、感じたことを忘れずに残しておきたいから」「15. 思いがけないことを発見したから」「16. 自分の心の中に何か発信したいことがあるから」「20. 自分の考えや選択が正しいかどうかを不安で確かめたいから」「21. 自分で気づかない欠点を他の人から指摘してもらいたいから」「22. 自分がコメント・アドバイスができそうだから」の 9 項目であった。これらの合計得点を「ネットの利点」とした。

第 2 因子（寄与率 9.79%）は「1. ありのままの自分について話せるから」「4. 自分には仲間がいるという安心感が得られるから」「6. 気楽に話をして楽しむことができるから」「7. 自分のことを認めてくれる相手と出会うことができるから」「8. SNS 上には、自分の居場所があると感じられるから」「9. 他人の悪口を言いやすいから」「10. 気に入らないときはいつでも、人間関係を切ることができるから」の 7 項目であった。これらの合計得点を「匿名性」

日常生活満足度がソーシャルネットワーキングサービスにおける自己開示に及ぼす影響

とした。

第3因子（寄与率7.93%）は「5.簡単に友人関係をつくらることができるから」「11.多くのいろいろな人と、広くふれあえるから」「12.SNS上の友人から、自分の知らなかった知識を得ることができるから」の3項目であった。これらの合計得点を「ネットワークづくり」とした。

第4因子（寄与率5.38%）

は「17.落ち込んだ気分から脱したいから」「18.悩みを抱えているから」「19.さびしさを感じているから」の3項目であった。これらの合計得点を「ネガティブ感情表出」とした。

表3 SNS利用目的項目構造行列

	因子			
	1	2	3	4
Q4.1	.768	.843	.335	.350
Q4.2	.824	.667	.316	.411
Q4.3	.829	.676	.323	.392
Q4.4	.519	.793	.349	.398
Q4.5	.391	.511	.625	.144
Q4.6	.225	.586	.529	.201
Q4.7	.525	.777	.419	.321
Q4.8	.528	.744	.274	.318
Q4.9	.207	.406	.124	.322
Q4.10	.235	.514	.226	.222
Q4.11	.325	.373	.996	.114
Q4.12	.499	.412	.724	.309
Q4.13	.699	.446	.320	.291
Q4.14	.494	.220	.087	.330
Q4.15	.714	.285	.329	.372
Q4.16	.784	.379	.259	.494
Q4.17	.528	.403	.216	.878
Q4.18	.605	.562	.197	.896
Q4.19	.615	.506	.182	.629
Q4.20	.684	.470	.390	.601
Q4.21	.623	.492	.274	.466
Q4.22	.650	.541	.521	.313

因子抽出法：最尤法
 回転法：Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

5. SNSにおける性差

本研究の目的の1としてあげた、自己開示の内容と目的を検討するにあたり、まず各指標の記述

統計値を性差とともに概観する。各指標の項目数が異なるため、この項のグラフにおいては、合計点を項目数で割った値を用いる。

5-1 日常満足度

日常満足度の適応得点、サポート得点に対しては、おおむね5段階で中程度の満足度を得ており、性別による有意差はみられなかった（図2）

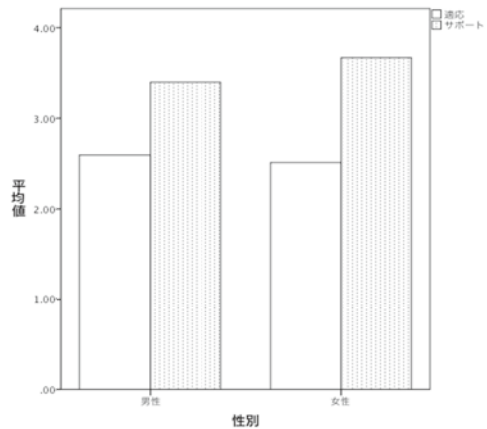


図2 適応得点とサポート得点の平均値

5-2 自己開示

調査対象者がどのような自己開示を行っていたかを図3に示す。ポジティブな自己開示得点が男性女性ともにもっとも高い。性別に有意な差はみられなかった。

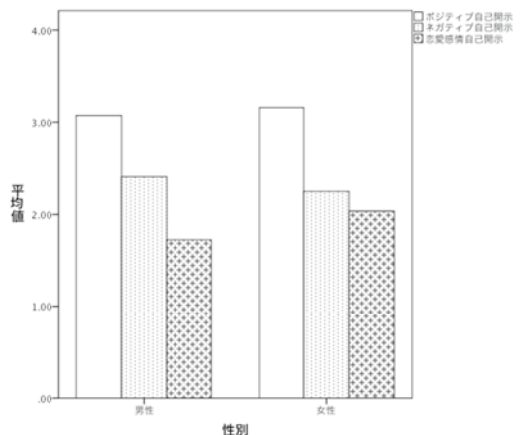


図3 ポジティブ、ネガティブ、恋愛感情自己開示得点の平均値

5-3 SNS 利用目的

SNS を何のために使っているかの結果を図4に示す。利用目的としてはネットワーク作りがもっとも高く、匿名性を利用しようとする目的がもっとも低い。匿名性を利用しようとしていたインターネット利用が今日においては変化していることがわかる。このSNS 利用目的についても、性差はみられなかった。

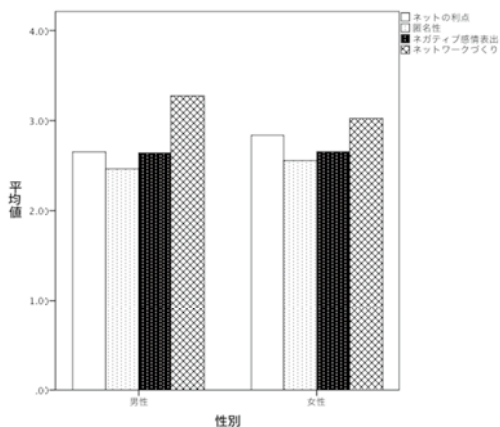


図4 SNS 利用目的得点の平均値

以上のように、各指標には性差は見いだされなかった。そこで、自己開示の範囲と、利用時間の長さの要因を加味した検討を行った。その結果、ネガティブ感情表出を利用目的としているかどうか対して、閲覧範囲と性別の交互効果、ネットワーク作りを目的としているかどうかについて、利用時間と性別の交互効果が見られた。

図6に、利用時間と性別の交互効果 ($f=4.2$, $df=1$, 64 , $p=.044$, $\eta = .062$) の結果を示す。SNS 利用時間の長い男性は、ネットワークづくりを目的としているが、女性はむしろ利用時間の短い群の方が、ネットワークづくりを目的としている。

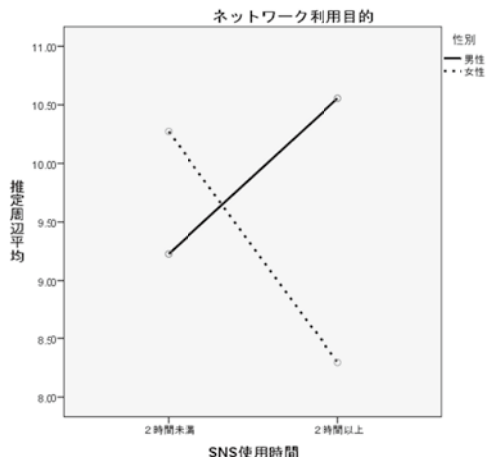


図5 ネットワーク作り得点に対する、SNS 使用時間と性別の交互効果

一方で、閲覧範囲と性別の交互効果 ($f=5.03$, $df=1$, 59 , $p=.029$, $\eta =.078$) は、次のようなものである。男性は誰にでも見られるような閲覧範囲にしている場合の方が、ネガティブ感情表出を利用目的としているが、女性の場合は逆に、閲覧範囲を友人に限定している場合にネガティブ感情表出に利用していた。

4. Twitter 利用者と Line 利用者の違い

Twitter と LINE 利用者の違いを探索的に検討したところ、LINE 利用者の方が他者からのサポートを得ていると認知していることが示された ($t=2.71$, $df=64$, $p=.009$)。また、ネガティブな自己開示は LINE よりも Twitter において行われている ($t=3.45$, $df=64$, $p=.001$)。

ネガティブ感情表出得点に対して性別と Twitter/LINE 要因の分散分析を行ったところ、性別と Twitter/LINE の交互効果が見いだされた ($f=7.39$, $df=1$, 62 , $p=.008$, $\eta =.107$)。女性はネガティブ感情を表出することを動機としている場合は LINE を使うのに対し、男性は Twitter においてネガティブ感情を表出する傾向がみられた。

6. SNS 利用時間が自己開示に及ぼす影響

インターネット依存の問題では過度な使用が不適応を起こすとされているが、SNS においても利

日常生活満足度がソーシャルネットワーキングサービスにおける自己開示に及ぼす影響

用時間の長さが影響しているかを検討した。ポジティブな自己開示については、利用時間の主効果 ($f=5.85, df=1, 62, p=.044, \eta = .086$ と、Twitter/Line の主効果 ($f=6.34, df=1, 62, p=.044, \eta = .093$) が見いだされた。全体的にLINE 利用者の方がポジティブな自己開示が多く、時間を費やす人もまた、ポジティブな自己開示をおこなっていた (図6左)。

ネガティブな自己開示に対しては、利用時間と閲覧範囲の交互効果が見いだされた ($f=10.48, df=1, 59, p=.002, \eta =.151$)。結果を図6左に示す。2時間以上 SNS に時間を費やす人の場合、閲覧範囲が友達までであればネガティブな自己開示が減る傾向にあるが、誰にでも読めるように記事を公開している人は、逆にネガティブな自己開示が増えている。

7 日常満足度に及ぼす自己開示と SNS 利用目的の回帰分析

ここまでの分析では、SNS 利用による自己開示

が適応度に影響するのか、逆に、適応度が SNS 利用による自己開示のあり方に影響しているのかについての因果関係についてはわからない。そこでパス解析により因果関係の推定を行う。まず、適応度を結果変数とした場合のパス解析を行い、次に自己開示を結果変数とした場合のパス解析を行う。最後に、潜在構造分析により、いずれのモデルの当てはまりがよいかを検討する。

7-1 適応得点を結果変数とするパス解析

まず、適応得点を従属変数としてすべての変数をステップワイズ法により投入する重回帰分析を行い、次に、適応得点に対する寄与が認められた変数を結果変数として順に重回帰分析を行った。投入された変数は、サポート、(ポジティブ・ネガティブ・恋愛感情) 自己開示、SNS 利用目的 (ネットの利点、ネガティブ感情表出、ネットワークづくり、匿名性)、それぞれの合計得点である。さらに、SNS の使用時間 (一日のうちの時間、1 週間のう

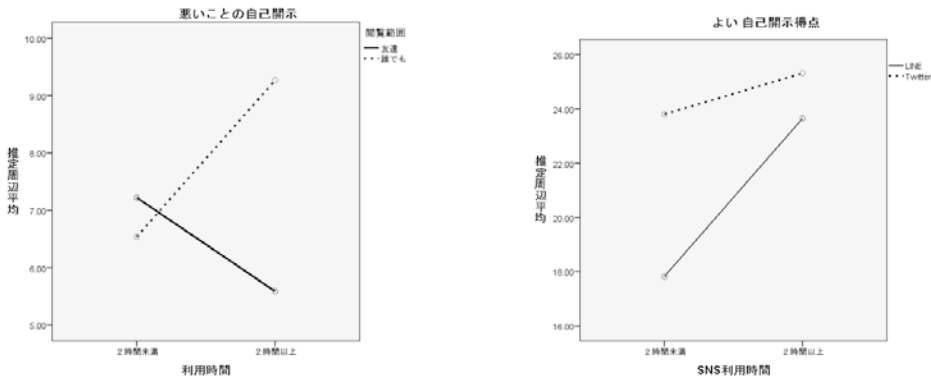


図6 ポジティブな自己開示およびネガティブな自己開示に対する利用時間の影響

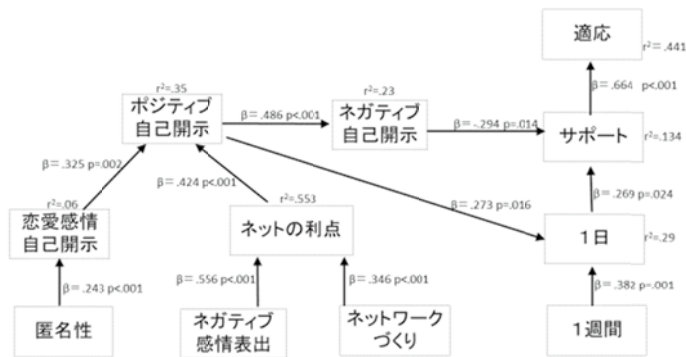


図7 適応得点を結果変数とするパス図

ちの回数)も要因として投入した。結果を図7に示す。

7-2 自己開示を結果変数とするパス解析

3つの自己開示得点それぞれを結果変数とする重回帰分析を行い、自己開示得点に影響を及ぼす要因を探索した。先に示した図7と異なる部分を、図8に示す。図7では、サポート得点を媒介として、ネガティブな自己開示が適応を下げていたが、図8では、適応得点からダイレクトにネガティブな自己開示にパスがひかれ、適応が低いほど、ネガティブな自己開示が増えるていることが示されて

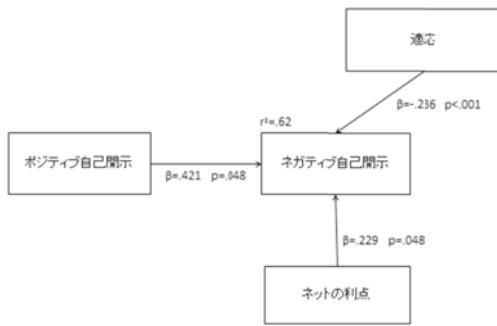


図8 自己開示得点を結果変数とするパス図

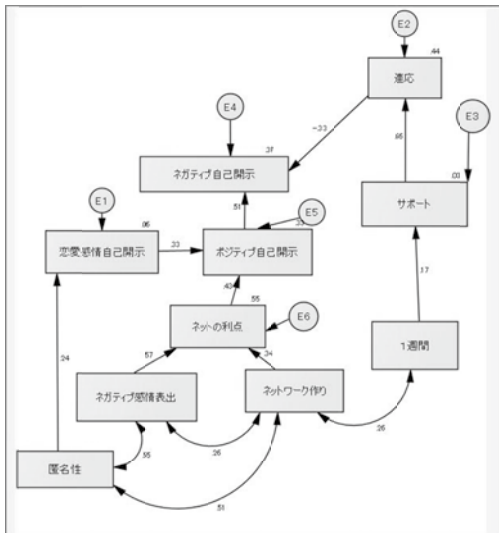


図9 AMOSによるパス図

$\chi^2 = 38.900$

自由度 = 32

有意確率 = .187

CFI = .964

いる。

7-3 モデルの比較

潜在構造分析用統計パッケージAMOSを用いて、図7のモデルと図8のモデルを併せて検討した結果、残された要因を図8に示す。図7に示されていたネガティブ自己開示からサポート得点へのパスは消えて、代わりに適応得点からネガティブ自己開示へのパスが残された。よって、因果関係の方向としては、SNS上の自己開示が適応を下げるのではなく、適応度が低いためにネガティブ自己開示を行う影響の方が強いと推定される。なお、利用時間からサポートへのパスは有意ではないが、弱い正の偏回帰係数であるため、長い利用時間は適応を下げるよりもむしろ上げる関係にあることが示唆されている。

考察

本研究の目的は、SNSを利用している人は、1. 対面とは異なる特徴を持ったネットで行われる自己開示は、どのような内容・目的なのか、そして、それらはSNSの種類によって違いがあるのか、2. 対面コミュニケーションの補償としてSNSを利用しているのか、あるいは、対面コミュニケーションがSNS利用を促進させているのか、前者の場合、SNS利用が不適応の原因となっているのか、逆に、不適応が原因としてSNS利用が長くなるのか、を調べることであった。

1. SNS上の自己開示の特徴

SNS上の自己開示には、「ポジティブな内容」「ネガティブな内容」「恋愛感情」により構成されており、その目的は、自分の立場は保護しながら相手からのフィードバックが得られる「ネットの利点」、素の自分を出せる「匿名性」、対人関係を拡張しようとする「ネットワーク作り」ネガティブな気分発散する「ネガティブ感情表出」の6つの側面が存在していた。

すべての媒体において同じように利用されている訳ではなく、SNSの種類によって差が見られた。回答者の多くは、LINEであれば友達まで、Twitterは誰でも閲覧できるようにしている。Twitterのよ

日常生活満足度がソーシャルネットワーキングサービスにおける自己開示に及ぼす影響

うな開放的なネットワークを利用して対面では言えないことをつぶやく一方で、LINEのような閉鎖的なネットワークを用いて友人からのサポートを得ているものと思われる。その使い分けに性差が見られた。

女性は友人関係に限定されたネットワークにおいてネガティブな感情を表出する目的でSNSを用いるのに対して、男性は不特定多数に対してネガティブな感情を表出する傾向がみられる。そもそも男性は女性よりも、誰にでも閲覧させている比率が高い。さらに、SNS利用時間が長い男性ほどネットワークづくりを目的として利用しているが、利用時間の長い女性ほど、逆にネットワークづくりは目的としていない。長時間使用者の女性はLINEのような閉鎖的ネットワークを利用して現実世界にいる友達との絆を深めることを目的として、男性はtwitterのような開放的ネットワークを利用して多くの人と触れ合うことを目的としているのだろう。

ただし、SNSにおける自己開示が日常満足度を上げているわけではないことがパス解析の結果に示された。

2. 生活満足度と SNS 上の自己開示

適応度が高いほど SNS を利用しているのであれば、SNS は対面コミュニケーションの延長として用いられていることになるだろう。逆に、適応度が低いほど SNS を利用しているのであれば、SNS は対面コミュニケーションの補償として利用していると考えられる。

この結果については、適応度が低いほど SNS 上でネガティブな自己開示を行いやすいという後者を支持する結果が得られた。ネガティブな自己開示を行うから適応度を下げるのではなく、適応度が低いためにネガティブな自己開示を行っている。すなわち、日常生活において不足している自己開示を補うために SNS が利用されている。一方で、弱い相関ではあるが、SNS 利用時間が長いほど他者からサポートを得ている傾向も示されたが、この要因は自己開示とは絡んでいなかった。

平均値が示すところの回答者の全体像としては、LINE と Twitter を使い分けながら、SNS をネットワーク作りに利用してポジティブな自己開示を

行っている。社会的サポートを得るために閉鎖的ネットワークを利用しつつ、開放的ネットワークで人脈作りや対面コミュニケーションの不足を補おうとしている現代人の様相が伺える。SNS は、自分の立場は保護しながら相手からのフィードバックが得られたり、ストレス発散の場として利用したり、簡単に友人関係を広げられたりと、実生活ではできないことをするために利用されているのだろう。ただし、閲覧範囲が友達までの人は利用時間が増えるほどネガティブな内容の自己開示が減るが、誰にでも読めるように記事を公開している人は、逆に時間を費やすほどネガティブな内容の自己開示が増えている。匿名性の高い SNS を利用する際には、自ら利用制限を律する強い心も求められるようである。

文献リスト

- 『社会心理学小辞典』（有斐閣小辞典シリーズ 1994 年初版第一刷）
- 安藤清志（1989）『社会的パースペクティブ 1-個人から他者へ』誠信書房
- 榎本博明（1987）『青年期（大学生）における自己開示性とその性差について』
- 『心理学研究』58（2）pp91-97
- 深田博己（1998）『インターパーソナル・コミュニケーション - 対人コミュニケーションの心理学』北大路書房
- 古川良治（2008）『インターネットにおける自己開示研究の方向性に関する考察』
- 『社会イノベーション研究』3（2）1-18,pp1-17
- 野口恵美（2011）『大学生の自己開示満足感とインターネット上の自己開示特徴および孤独感との関連』『九州大学心理学研究』12,pp121-128
- 坂本季実子（2010）『インターネット上における大学生の自己開示に関連する要因』
- 『関西学院大学リポジトリ』13,pp1-29
- 総務省 2015 年度版 情報通信白書
http://www.soumu.go.jp/main_content/000357568.pdf

I. 今のあなたの日常生活についてお聞きします。

普段の生活では以下の点にどの程度あてはまりますか？

		ま っ た く あ て は ま ら な い	あ ま り あ て は ま ら な い	ど ち ら と も い え な い	や や あ て は ま る	非 常 に よ く あ て は ま る
Q1	周りの人と楽しい時間を共有している	1	2	3	4	5
Q2	自由に話せる雰囲気である	1	2	3	4	5
Q3	ありのままの自分を出せている	1	2	3	4	5
Q4	リラックスできる	1	2	3	4	5
Q5	熱中できるものがある	1	2	3	4	5
Q6	幸せである	1	2	3	4	5
Q7	自分が場違いだと感じる	1	2	3	4	5
Q8	落ち込んでいると元気づけてくれる人がいる	1	2	3	4	5
Q9	あなたがする話にはいつも興味を持って耳を傾けてくれる人がいる	1	2	3	4	5
Q10	普段からあなたの気持ちを理解してくれる人がいる	1	2	3	4	5

II. あなたが普段利用しているSNSについてお伺いします。

最も利用しているものに1、次によく利用しているものに2、3番目に利用しているものに3と記入してください。

LINE ()	Facebook ()	Google+ ()	Twitter ()	mixi ()	Instagram ()
Ameba ブログ ()	Ameba ピグ ()	Ameba GIRLS TALK ()	その他() ()		

III. 1番とつけたSNSについてお伺いします。

1.どのくらいの頻度で利用していますか？○をつけてください。

1週間のうち…… 0日～2日	3日～4日	5日～6日	毎日
1日のうち…… 30分未満	30分～1時間未満	1時間～2時間未満	2時間以上

日常生活満足度がソーシャルネットワーキングサービスにおける自己開示に及ぼす影響

2.どのような手段で利用していますか？○をつけてください。

ガラケー

スマートフォン

パソコン

3.どのくらい自分の正しい情報を公開していますか？

公開しているものすべてに○をつけてください。

名前

性別

現在の学校名

年齢

出身校

自分の顔が写っている写真やプリクラ

4.あなたが書いた記事は、だれが閲覧することができますか？

自分のみ

友達

友達の友達

すべての人

5.どのような記事を書きますか？

		ま っ た く 書 か な い	あ ま り 書 か な い	ど ち ら だ も な い	た ま に 書 く	非 常 に よ く 書 く
Q1	楽しかったことや嬉しかった出来事	1	2	3	4	5
Q2	面白かった出来事	1	2	3	4	5
Q3	誇りに思える出来事	1	2	3	4	5
Q4	腹の立つような出来事	1	2	3	4	5
Q5	恥ずかしかった出来事	1	2	3	4	5
Q6	ゆううつな気分させる出来事	1	2	3	4	5
Q7	付き合いしている相手に対する感情や出来事	1	2	3	4	5
Q8	片思いの相手に対する感情や出来事	1	2	3	4	5
Q9	先輩や後輩に対する感情	1	2	3	4	5
Q10	最近興味を持っている出来事	1	2	3	4	5
Q11	友達には言えないような事	1	2	3	4	5
Q12	今日の出来事	1	2	3	4	5

IV.SNSを利用している方にお伺いします。

なぜ、SNSを利用するのですか？

		ま っ た く あ て は ま ら な い	あ ま り あ て は ま ら な い	ど ち ら で も な い	や あ て は ま る	非 常 に よ く あ て は ま る
Q1	ありのままの自分について話せるから	1	2	3	4	5
Q2	自分の感情について素直に言葉にすることができるから	1	2	3	4	5
Q3	普段は表に出せないような自分の考えを、出すことができるから	1	2	3	4	5
Q4	自分には仲間がいるという安心感が得られるから	1	2	3	4	5
Q5	簡単に友人関係をつくることができるから	1	2	3	4	5
Q6	気楽に話をして楽しむことができるから	1	2	3	4	5
Q7	自分のことを認めてくれる相手と出会うことができるから	1	2	3	4	5
Q8	SNS上には、自分の居場所があると感じられるから	1	2	3	4	5
Q9	他人の悪口を言いやすいから	1	2	3	4	5
Q10	気に入らないときはいつでも、人間関係を切ることができるから	1	2	3	4	5
Q11	多くのいろんな人と、広くふれあえるから	1	2	3	4	5
Q12	SNS上の友人から、自分の知らなかった知識を得ることができるから	1	2	3	4	5
Q13	自分の情報を発信したいから	1	2	3	4	5
Q14	自分が思ったこと、感じたことを忘れずに残しておきたいから	1	2	3	4	5
Q15	思いがけないことを発見したから	1	2	3	4	5
Q16	自分の心の中に何か発信したいことがあるから	1	2	3	4	5
Q17	落ち込んだ気分から脱したいから	1	2	3	4	5
Q18	悩みを抱えているから	1	2	3	4	5
Q19	さびしさを感じているから	1	2	3	4	5
Q20	自分の考えや選択が正しいかどうかを不安で確かめたいから	1	2	3	4	5
Q21	自分で気づかない欠点を他の人から指摘してもらいたいから	1	2	3	4	5
Q22	自分がコメント・アドバイスができそうだから	1	2	3	4	5